

## **Allegato A) alla deliberazione n. 21 del 19.3.2007**

### **REGOLAMENTO PER LA DISCIPLINA E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

#### **Articolo 1**

##### **Ambito di applicazione**

1. Il presente Regolamento ha per oggetto la disciplina delle sponsorizzazioni di progetti e attività promosse dalla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Pordenone e dalla sua Azienda Speciale ConCentro, in attuazione delle disposizioni contenute nell'articolo 43 della legge 449/1997 e, con riferimento al solo Ente camerale, alla normativa di cui all'articolo 15, comma 1) lett. d) del CCNL dell'1.4.1999, come sostituito dall'articolo 4, comma 4, del CCNL del 5.10.2001 e all'articolo 26, comma 1, lett. B) del CCNL del 23.12.1999 per l'area della dirigenza.
2. Le sponsorizzazioni possono interessare tutte le iniziative, i progetti e le attività della Camera di Commercio I.A.A. di Pordenone e della sua Azienda Speciale ConCentro, e devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi istituzionali.

#### **Articolo 2**

##### **Contenuti delle sponsorizzazioni e destinatari**

1. I contratti di sponsorizzazione possono essere conclusi con soggetti privati e pubblici e associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire a titolo gratuito interventi, servizi, prestazioni, beni o attività o l'equivalente corrispettivo inseriti nei programmi di spesa ordinari con finanziamento a carico del bilancio dell'ente. Il risultato della sponsorizzazione si concretizza nella realizzazione di un introito o di una economia di bilancio totale o parziale, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

#### **Art. 3**

##### **Definizioni**

- 1) Ai fini delle presenti Linee guida si intende:
  - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale la Camera di Commercio o l'Azienda Speciale ConCentro (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione e/o a pagare un determinato corrispettivo, la

- possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale e/o marchio aziendale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
- b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in beni, servizi, prestazioni o interventi o corrispettivi monetari equivalenti provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere la propria ragione sociale e/o marchio aziendale per conseguire un beneficio di immagine
  - c) per "sponsor": il soggetto che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione;
  - d) per "spazio pubblicitario": lo spazio fisico o il supporto di veicolazione delle informazioni di volta in volta messe a disposizione dall'Ente per la pubblicità dello sponsor.

#### **Art. 4**

##### **Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Il ricorso alle iniziative di sponsorizzazione può riguardare tutti gli eventi, le attività, i prodotti, i beni, i servizi, i lavori e le prestazioni previsti a carico del bilancio dell'ente nei capitoli di spesa ordinaria.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono essere dirette al perseguimento di interessi pubblici e devono escludere forme di conflitto di interessi tra attività privata e pubblica.
3. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate dalla Giunta nell'ambito degli obiettivi e programmi di bilancio. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta camerale può formulare indirizzi specifici al dirigente competente per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alle presenti linee guida.
4. Qualora l'introito destinato alla sponsorizzazione derivi alla Camera di Commercio o alla sua Azienda Speciale a seguito di una gara dell'ente per la fornitura di determinati lavori, beni o servizi che abbia previsto tale specifica clausola di contratto, la Camera o, rispettivamente, l'Azienda Speciale – prima di procedere all'individuazione delle iniziative cui destinare tale introito – informerà lo sponsor al riguardo.

#### **Art. 5**

##### **Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante le procedure di cui all'articolo 46 e 55 e seguenti del Decreto del Presidente della Repubblica n. 254 del 02/11/2005 recante il "Regolamento per la disciplina della gestione patrimoniale e finanziaria delle Camere di Commercio", previa pubblicazione di apposito invito.

2. All'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo camerale, inserimento dell'avviso nel sito Internet della Camera, invio alle associazioni di categoria e/o in altre forme ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
  - a) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico "capitolato" (o progetto di sponsorizzazione);
  - b) l'esatta denominazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
  - c) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
  - d) l'indicazione della facoltà per la Camera di Commercio o per la sua Azienda Speciale di recedere dal contratto qualora si ravvisi un grave pregiudizio per l'immagine dell'Ente
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indicare:
  - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
  - b) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato;
  - c) l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
5. Il soggetto che presenta l'offerta dovrà autocertificare il possesso dei seguenti requisiti:
  - l'inesistenza di situazioni di incapacità a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 32 e seguenti del Codice Penale e sue modifiche e integrazioni, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
  - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
  - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
  - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale o religiosa;
  - l'attestazione del nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
  - l'impegno da parte dello Sponsor ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario ed alle relative autorizzazioni.
6. La Camera di Commercio e la sua Azienda Speciale potranno inserire quale elemento di valutazione delle offerte di sponsorizzazione l'attinenza fra l'ambito settoriale dell'iniziativa destinataria della sponsorizzazione e l'attività dello sponsor.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate da una commissione all'uopo nominata e presieduta dal Segretario Generale o suo delegato.
8. Al fine di consentire la preliminare ricognizione dei soggetti potenzialmente interessati a presentare offerte di sponsorizzazione, la Camera di Commercio di Pordenone e/o la sua Azienda Speciale ConCentro possono pubblicare inviti per la manifestazione di interesse

alla sponsorizzazione di particolari iniziative. Secondo le risultanze della pubblicazione degli inviti a manifestare interesse, l'Ente camerale o la sua Azienda potranno avviare la procedura di pubblicazione di un invito aperto, ovvero avviare una procedura ristretta se il numero di manifestazioni è limitato ovvero a negoziare direttamente i termini delle sponsorizzazioni nel caso di manifestazioni per una offerta inferiore all'importo della spesa prevista per l'attuazione dell'iniziativa.

## **Articolo 6**

### **Contratto di sponsorizzazione**

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) il diritto dello sponsor alla utilizzazione dello spazio pubblicitario;
  - b) l'eventuale diritto di "esclusiva";
  - c) la durata del contratto e l'eventuale sua rinnovabilità;
  - d) il corrispettivo e le modalità di fatturazione ;
  - e) le responsabilità e gli impegni reciproci;
  - f) le possibili cause di risoluzione del contratto;
  - g) le clausole di tutela rispetto alle eventuali inadempienze;
2. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Segretario Generale e/o dal Dirigente del Settore interessato ovvero dal Direttore dell'Azienda Speciale. Con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata la utilizzazione dello "spazio pubblicitario" espressamente indicato nel capitolato.

## **Articolo 7**

### **Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. Le somme introitate nei capitoli interessati alla sponsorizzazione sono considerate risparmi di spesa al netto delle spese eventualmente sostenute per l'acquisizione delle sponsorizzazioni.
2. Per quanto concerne la Camera di Commercio, i risparmi di spesa di cui al comma 1 vengono utilizzati, nei limiti di quanto previsto dalla legge e relativamente ad ogni iniziativa, per le seguenti finalità:
  - a) nella misura del 10 % sono destinati alla implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'articolo 15 del CCNL dell'1.4.1999;
  - b) nella misura del 10 % sono destinati alla implementazione del fondo di

retribuzione di posizione e di risultato della dirigenza di cui all'articolo 26 del CCNL del 23.12.1999;

- c) nella misura del 50% costituisce un'ulteriore economia di bilancio;
  - d) nella misura del 30% sono destinate al finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni programmatiche dell'Ente.
3. Le somme di cui punti 2 a) e 2 b ) possono essere assegnate, in base ai criteri stabiliti in sede di contrattazione decentrata, rispettivamente per il personale dipendente e la dirigenza, ai dipendenti coinvolti nelle singole iniziative di sponsorizzazione e specificamente individuati.

## **Articolo 8**

### **Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

1. La Camera di Commercio di Pordenone e la sua Azienda Speciale ConCentro, a loro insindacabile giudizio, si riservano di rifiutare qualsiasi sponsorizzazione qualora:
  - a) ritengano che possa derivare un conflitto di interesse fra l'attività pubblica e quella privata;
  - b) ravvisino nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
  - c) la reputino inaccettabile per motivi di inopportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
  - a) propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
  - b) pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, materiale pornografico o a sfondo sessuale e qualsiasi altro prodotto o servizio non lecito
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

## **Articolo 9**

### **Trattamento dei dati personali**

1. I dati personali raccolti in applicazione delle presenti Linee guida saranno trattati esclusivamente per le finalità dalle stesse previste.
2. Titolare del trattamento dei dati è la Camera di Commercio o, rispettivamente, la sua Azienda Speciale ConCentro.
3. I dati sono trattati in conformità alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici camerali tenuti alla applicazione delle presenti Linee guida.

4. I dati saranno oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità delle Linee guida.

### **Articolo 10**

#### **Aspetti fiscali**

1. Il valore della fatturazione per la "sponsorizzazione" corrisponde all'importo della somma stanziata in bilancio per la specifica iniziativa o servizio; la fatturazione può coincidere con l'intero stanziamento o con una quota dello stesso, in relazione alla totale o parziale copertura, mediante sponsorizzazione, dei risultati del capitolo interessato.
2. Il valore della fatturazione correlata alla promozione dell'immagine dello sponsor (spazio pubblicitario) è pari all'importo specificato al comma 1.

### **Articolo 11**

#### **Verifiche e controlli**

1. Le "sponsorizzazioni" sono soggette a periodiche verifiche da parte del Segretario Generale e/o Dirigente del Settore interessato ovvero dal Direttore dell'Azienda Speciale, con il supporto dell'Area Amministrativo Contabile, al fine di accertare la correttezza degli adempimenti convenuti, per i contenuti tecnici, quantitativi e qualitativi.
2. Le difformità emerse in sede di verifica devono essere tempestivamente notificate allo sponsor; la notifica e la eventuale diffida producono gli effetti previsti nel contratto di sponsorizzazione.

### **Articolo 12**

#### **Riserva organizzativa**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata direttamente dalla Camera di Commercio di Pordenone o dalla sua Azienda Speciale ConCentro secondo la disciplina delle presenti Linee guida.
2. E' tuttavia facoltà della Camera di Commercio o della sua Azienda Speciale, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate. In tal caso l'Ente si riserva di accertare il possesso dei requisiti da parte dello sponsor di cui alle presenti Linee Guida.